

# 一个支架有多重

最近,北京某医生讲述了一个令人心酸的故事:一位血管病患者躺在手术台上,术前被告知大约需要放置4个支架。手术中,医生发现病情比预估的复杂,决定再加一个支架。听到医生的讨论,处于局麻状态的病人突然说:“大夫,求求您别放了,我只有4个支架的钱。”医生一惊,没想到患者在默默数着支架。于是,他安慰患者说:“不必担心费用,另外一个支架的钱由我们垫付,啥时有钱啥时还。”

一个支架,成为压垮一个家庭的“最后一根稻草”。类似的故事,在医院里并不罕见。很多贫困患者为了治病,四处举债,节衣缩食。在发达国家,医生看病只需考虑如何让患者受益,不必考虑经济因素。而在中国,医生除了看病,还要看人。遇到贫困患者,既要考虑治疗效果,还要考虑患者经济承受能

力。这样的现实,常常令医生感到纠结和无奈。

救助贫困患者,仅靠医生的力量是有限的。建立一个合理的大病保障制度,才是解决因病致贫问题的治本之策。我国虽然已经实现基本医保全覆盖,但医疗保障水平总体偏低,城乡居民看病自付比例较高。尤其是来自贫困家庭的大病患者,发生灾难性医疗支出的风险更大。目前,我国全面推开城乡居民大病保险制度,在基本医保基金中划出一定比例,委托商业公司运作,对大病患者予以二次报销。尽管如此,仍有不少贫困患者无力承担高额的医药费。

医疗支出是刚性支出,具有无限趋高性。随着人均GDP的增加,人均医疗费用不仅绝对数量会增加,而且占GDP的比重也会增加,这是世界各国的一个普遍现象。美

国卫生经济学奠基人阿罗指出,医疗服务的特殊性源于其普遍存在的不确定性。一方面,疾病的发生具有不确定性;另一方面,一旦生病并采取治疗,效果也存在不确定性。医疗服务的不确定性,决定了医疗保障制度的复杂性。任何一个国家的医疗保障水平,必须与其经济发展水平相匹配。我国人口多、底子薄,医疗保障水平应量力而行、尽力而为,不能超越国情国力。既要把“蛋糕”做大,更要把“蛋糕”切好。如果“蛋糕”做不大,分“蛋糕”没有余地;如果“蛋糕”分得不公平,再大的“蛋糕”也不够用。尤其是在大病保障制度设计上,政府应承担“兜底”责任,最大限度减少居民的灾难性医疗支出。

眼下,随着我国医疗费用持续增长,医保基金的压力日益加大。主要问题是支出结构不合理,过度医疗等现象导致严重的浪费,消耗了大量的社会财富,直接影响了大病保障水平。我国医保支付主要采取按项目付费,客观上刺激了医疗服务供给方“制造需求”,即尽量多提供“有利可图”的项目,少提供“无利可图”的项目。因此,只有加快医保支付制度改革,变“浪费型医疗”为“节约型医疗”,大病保障才能更有底气。在此基础上,还应完善重特大疾病医疗救助制度,建立国家精准扶贫专项基金,让公立医院成为精确救助和“靶向治疗”的主战场,为贫困大病患者雪中送炭,更好地体现公立医院的公益性。

医疗公平是社会公平的一面镜子,而大病保障是社会稳定的压舱石。让每一位贫困患者病有所医,是一个国家必须守住的底线。在医疗保障制度设计中,应努力让生命的尊严不被大病压垮。

(摘自《人民日报》)

## 学习先进找差距 乘势而为上台阶 ——中原银行周口分行召开惠农经理季度例会暨表彰大会

4月14日下午,中原银行周口分行召开4月全体惠农点经理季度例会暨一季度优秀服务点经理表彰大会,惠农业务主管领导张维侠、分行惠农金融部总经理顾永磊、宜农公司周口市场部经理高超、各县城支行行长、零售主管行长、惠农专管员、服务点经理等90多人参加会议。

惠农金融部首先对第一季度惠农业务的开展情况进行了总结,对惠农业务取得的优异成绩及主要工作特点进行了详细讲解,并对第一季度业务开展中遇到的问题进行了剖析。在分析问题的基础上,对总行惠农业务第二季度的指导思想进行传导,对分行第二季度的活动方案进行了讲解,指出惠农业务第二季度的工作重点、发展方向、营销模式,着重强调了提质增效的重要性,提出在特定时间将会对无效点进行置换,特别强调发卡工作是第二季度工作的重中之重。

第一季度惠农业务成绩突出的淮阳县齐北惠农点经理齐飞、沈丘西寨惠农点经理张运杰、淮阳东黄惠农点经理许向阳等3名服务点经理分别介绍了先进经验,与大家分享了惠农营销业务工作中的心得体会,并呼吁广大服务点经理只要用心经营、把惠农当成自己的事业做,就一定能做好、做强、做大惠农业务。

随后,会议对第一季度分行活动奖励情况进行通报表彰,主管领导张维侠为各服务点经理颁奖。宜农公司对第一季度取得开门红的各服务点进行表彰并颁奖。张维侠作了讲话,她对周口分行取得全省第一的优异成绩表示肯定,对惠农条线的员工在第一季度的付出和辛苦努力表示感谢。重点阐述了第二季度分行惠农业务的发展计划,她要求各支行要严格按照“一卡、一图、一表”做好财政项目、代发项目等工作,惠农业务要再接再厉,做到夯实基础、提质增效、再创新高!

顾永磊

## 中原银行周口分行 乘风破浪创佳绩 惠农存款破两亿

新年伊始,中原银行周口分行惠农业务发展势如破竹,捷报频传,第一季度刚创佳绩,4月12日再创新高,惠农存款余额达20996万元,发卡7549张,日均余额、存款余额均位居全省18家分行第一名,成为首家惠农存款突破两亿的分行。

一是早谋划,自加压力和紧迫感。周口分行惠农业务“早”字当头,紧紧围绕总行惠农业务的指导思想,早安排、早谋划,在2016年年底就早制订了惠农业务2017年开门红活动方案,安排部署农民工返乡、双节促销活动,及时制订营销方案及考核办法,增加惠农员工的紧迫感,在分行惠农金融条线掀起了一场惠农节前促销攻坚战。从分行惠农部到支行惠农专管员,再到惠农服务点经理,形成了三位一体的营销网络,层层动员,层层落实。

二是盯目标,抓项目促营销。2017年年初,周口分行惠农金融部结合周口实际,制订了“一点两线”重要目标。“一点”就是每个县建设一个高标准惠农支付点,严格按照“一点一策”的要求营销。目前,周口分行双百达标网点已达19个。“两线”就是以郑合高铁沿线和三洋铁路沿线的乡村为目标,重点进行拆迁、征地项目营销,有目标、有计划地重点铺设惠农点。第一季度开门红期间,鹿邑支行、太康支行、郸城支行、扶沟支行、太康支行等5个支行成功营销了重大拆迁项目和工程工资代发项目,为第一季度惠农业务的强劲发展奠定了良好的基础。

三是强宣传,增加惠农知名度。自去年年底,周口分行的惠农业务宣传就在各县展开了。“惠农进万家,方便你我他”的田间地头宣传口号,集市上的宣传车、宣传标语,还有走村入户的“扫村”宣传,让更多农民朋友认识了中原银行。特别是春节前后开展的一系列的抽奖营销活动,30多场抽奖活动在广大农村引起了强烈反响,不仅仅是现场营销了存款,赢利了客户,还让更多人对中原银行有了全新的认识。同时,农村的墙体广告、媒体宣传、展架方式多样,多点开花,形成了轰动的宣传效应,为存款快速增长起到了事半功倍的效果。

四是严考核,抢抓时效性。周口分行在制订开门红营销方案的同时,认真完善惠农金融条线的考评机制,制订严格的奖惩措施,既有对专管员的奖惩激励办法,也有对惠农点经理的奖惩措施,做到每天通报业绩,每天有红包奖励,每周一排名,每周有奖励,每月一总结,月月见奖金。严格执行考核标准,充分调动了惠农专管员和广大惠农支付点经理的积极性。严格落实责任,实行惠农部人员分县包点,人人有指标,层层有压力,不分节假日,全员无休,全员营销,真正抓住了节前节后存款增长的有利时机。

成绩属于过去,第二季度攻坚战的号角将继续吹响,周口分行惠农员工将坚持“优化存量,提质增效”的指导思想,严格控制风险,用好增量,乘胜追击,再创佳绩!

顾永磊

## 第二届千名老人游欧洲火热报名中 5月22日欧洲四国13天8999元周口出发!

欧洲精华景点一网打尽,送父母最好的礼物!

自从河南国旅周口分社推出千名老人游欧洲活动以来,咨询电话不断,很多新老客户争先报名,不到两周时间,三月和四月的多套位置已全部售完!为了满足客户需求,河南国旅周口分社推出5月22日

欧洲四国13日游。

五月欧洲的景色比我们想象的更美,美得让人觉得如同进入了童话世界!欧洲大小有44个国家,个个都有美丽风景和丰富文化内涵,此次活动精选了德国、法国、意大利、瑞士经典四国!

品质保证,出行安全便利,性价比超高!

河南国旅周口分社为了方便老年人,特别安排了专人陪同录指纹,联合使馆推出24小时出签,免去舟车劳顿。欧洲四国游原价12000元,为了回馈新老客户对河南国旅周口分社的厚爱,价格直降为8999元,性价比超高!5月22日从周口出发,全程导游服务,专业的中文地接提供贴心服务。本此活动特

别赠送拉杆箱、多功能转换插座礼包!此团也是河南国旅春季千名老人游欧洲的最后一个团,仅有20个位置,欲报从速!

咨询电话:8211199 8911188 中州大道颍河路东河南国旅周口分社  
8200800 8911199 八一大道中国银行对面河南国旅周口分社